



Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

08-07-03 64.1/2025

## **GARA COMUNITARIA A PROCEDURA APERTA**

**PROGETTO COSTITUENTE CAPITOLATO SPECIALE – DISCIPLINARE TECNICO PRESTAZIONALE PER L’AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL’ATTUAZIONE DI ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA PREVISTE DAL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2026-2027 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA.**

**CPV 75112100-5 - CUP G99I26000040005**

# **1. RELAZIONE TECNICO-ILLUSTRATIVA DEL CONTESTO IN CUI È INSERITO IL SERVIZIO**

## **1.1. Oggetto del servizio e Stazione Appaltante**

Il presente documento descrive, ai sensi dell'art. 41 del D. Lgs. n. 36/2023, l'appalto che la Provincia di Modena promuove ai fini dell'acquisizione di servizi di promozione e marketing turistico finalizzati all'attuazione di attività di competenza della Provincia di Modena previste dal Programma di Promo-commercializzazione 2026-2027 del Territorio Turistico Bologna-Modena.

La Provincia di Modena si costituirà Stazione Appaltante nell'espletamento della procedura aperta disciplinata dal D.lgs. n. 36/2023, volta all'individuazione di n. 1 impresa specializzata in servizi di promozione e marketing turistico, alla quale affidare la funzione di supporto organizzativo ed operativo ai fini della realizzazione delle attività di cui sopra, con riferimento al Programma di cui al punto 1.4. e secondo modalità ed obiettivi indicati di seguito.

L'azione inerente al presente progetto coincide con le attività di competenza della Provincia di Modena all'interno del Programma di Promo-commercializzazione 2026-2027 di cui sopra, per un ammontare complessivo di spesa stimato in € 880.000,00, come riportato nel budget dello stesso Programma.

Le attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, indicate nel budget del programma per una spesa prevista per le due annualità di € 50.000,00, cui si aggiungono gli incentivi da normativa, non rientrano nel servizio oggetto dell'appalto, il cui valore è pari complessivamente a € 669.678,88, oltre IVA al 22% pari a € 147.329,36, per un totale di € 817.008,24.

Il servizio è unitario in quanto afferente all'attuazione del Programma di promo-commercializzazione 2026-2027, in relazione alla quale sussiste la necessità di individuare un unico soggetto che ponga in essere tutte le attività del PPCT, in una logica integrata e trasversale, svolgendo un ruolo centrale di coordinamento, assicurando su più livelli l'analisi dei fattori economici, la progettazione delle azioni di promo-commercializzazione, i compiti operativi tipici di operatore incoming e gestore di siti turistici, assicurando la "regia unitaria" delle attività rivolte al territorio nel suo complesso.

Nel quadro sopra delineato l'appalto deve quindi necessariamente mantenere la sua unitarietà.

## **1.2. Tempi di realizzazione del servizio**

I servizi oggetto dell'appalto sono riferiti al biennio 2026-2027 e devono essere erogati entro il 31/12/2026, per ciò che attiene alle attività previste per l'annualità 2026, e dall'01/01/2027 al 31/12/2027, per ciò che attiene alle attività previste per l'annualità 2027.

## **1.3. Contesto giuridico e istituzionale**

L'art. 12bis della L.R. 4/2016 ha introdotto la possibilità, per la Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica e per la Provincia di Modena, di attuare congiuntamente i progetti di marketing e promozione turistica ed il programma turistico di promozione locale previsti dalla

stessa legge, qualora ritenuto strategico da tali Enti in funzione della valorizzazione del Territorio Turistico formato dalla somma dei due rispettivi territori.

La Provincia di Modena, con Atto del Presidente n. 148 del 28/09/2021, come successivamente modificato con Atto n. 153 del 07/10/2021, ha aderito al Territorio turistico Bologna-Modena ed approvato contestualmente i Regolamenti per il funzionamento degli organismi rappresentati dal Tavolo di concertazione e dalla Cabina di Regia del territorio turistico Bologna-Modena, in accordo con la Città metropolitana di Bologna.

Con i corrispondenti atti adottati dalla Città metropolitana (Delibera del Consiglio metropolitano n. 37 del 29/09/2021 e Atto del Sindaco metropolitano n. 259 del 29/09/2021) si è concluso l'iter che ha condotto all'istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

La Regione Emilia-Romagna ha stabilito modalità e procedure per l'attuazione degli interventi di promo-commercializzazione turistica mediante DGR n. 786/2017 e ss. mm. e ii., in particolare al cap. 3 dell'allegato 1.

Sulla base del quadro di riferimento normativo sopra richiamato, la Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e la Provincia di Modena hanno elaborato un Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna- Modena per l'annualità 2026.

Con atto del Presidente della Provincia di Modena n. 120 dell'08/10/2025 e delibera del Consiglio metropolitano n. 35 dell'08/10/2025 il Programma di promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2026 è stato approvato.

Successivamente la Regione Emilia - Romagna con DGR n. 1899 del 17/11/2025 ha previsto la possibilità per le Destinazioni Turistiche ed il Territorio Turistico Bologna - Modena di includere nel Programma di promo-Commercializzazione Turistica un programma pluriennale delle attività, coincidente con il periodo temporale di vigenza delle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, in coerenza con le quali il Programma deve appunto essere predisposto.

In fase di prima attuazione, a fronte della durata residua delle Linee guida triennali 2025-2027 approvate con DGR n. 1413/2024, il PPCT potrà avere durata biennale, per il periodo 2026-2027, corrispondente al periodo residuo di validità delle Linee guida triennali.

Alla luce della normativa sopra richiamata gli Uffici degli enti che compongono il Territorio Turistico hanno quindi predisposto il documento costituente la proposta di Programma unitario di promo-commercializzazione turistica (PPCT) per l'anno 2027, integrativa del Programma unitario di promo-commercializzazione turistica (PPCT) per l'anno 2026, già approvato con atto del Presidente della Provincia di Modena n. 120 dell'08/10/2025 e delibera del di Consiglio metropolitano n. 35 dell'08/10/2025.

Il suddetto Programma è stato approvato con Atto del Presidente della Provincia di Modena n. 190 del 18/12/2025 e Deliberazione di Consiglio metropolitano n. 65 del 22/12/2025.

In conformità con l'iter previsto dalla sopra richiamata DGR n. 786/2017 e ss. mm. e ii., il Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena per le annualità 2026 e 2027 è stato quindi trasmesso per l'approvazione di competenza alla Regione Emilia-Romagna, unitamente alla richiesta di finanziamento ai sensi dell'art. 7, comma 2, lett. b., della L.R. n. 4/2016.

La Regione con delibera della Giunta Regionale n. 134 del 02/02/2026 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per le annualità 2026 e 2027 e assegnato le risorse economiche necessarie.

Il Programma si sviluppa in accordo con le Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027 approvate con DGR n. 1413/2024 e si fonda su azioni dell'area turistica vasta che, in linea con la DGR n. 786/2017 e ss. mm. e ii., vengono strutturate in base all'ente individuato per la loro attuazione e per la gestione delle risorse necessarie al loro sviluppo.

Il quadro di riferimento parte dall'analisi di contesto, mediante esame dei dati forniti dall'Ufficio Statistica della Regione Emilia-Romagna e delle tendenze e dei fenomeni che hanno caratterizzato il 2025.

Sia per il 2026 che per il 2027 si conferma l'opportunità di un approccio differenziato alle strategie di promozione, dal momento che il Territorio Turistico Bologna-Modena, pur nella sua unitarietà, presenta diversi livelli di sviluppo turistico sul territorio bolognese e su quello modenese: in particolare per il territorio modenese, a differenza di quello bolognese, si rileva l'opportunità di attuare strategie promo-commerciali che puntino a costruire una immagine turistica forte di Modena in senso di brand che rappresenti tutto il territorio, con un approccio strategico che punti a comunicare e promuovere l'intero territorio modenese come una destinazione unica, capace di offrire esperienze diversificate, da un lato valorizzando, in particolare per il mercato italiano, i soggiorni nei weekend, quando l'occupazione è inferiore rispetto ai giorni infrasettimanali (sostenuti anche dal turismo d'affari), dall'altro a stimolare una distribuzione degli eventi, inclusi meeting e congressi, quando compatibile, anche nei mesi invernali per rinforzare la destagionalizzazione; con particolare riferimento all'Appennino le attività di promo-commercializzazione dovranno concentrarsi sulla promozione del turismo attivo e sostenibile, con l'obiettivo di trasformare l'area in una meta appetibile per un turismo che duri tutto l'anno, sfruttando non solo l'offerta naturale e paesaggistica, ma anche eventi culturali e sportivi che possano attrarre un pubblico diversificato.

Il PPCT inoltre individua i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena (Cultura, Food&Wine, Outdoor Active&Slow, Special Interest - Motori), anche in questo caso necessariamente demandando l'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta all'attività coordinata delle due DMO territoriali, mediante il coinvolgimento di gruppi di lavoro, quale opportunità per la partecipazione operativa dei privati al Programma di promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

Il Programma individua altresì le linee di prodotto proprie dei rispettivi ambiti territoriali ed i mercati obiettivo e di conseguenza la matrice "mercati target, ambiti territoriali, linee di prodotto", rispetto alla quale vengono declinate le azioni di promo-commercializzazione.

Delle azioni di cui la Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena sono enti attuatori attraverso le rispettive DMO territoriali, alcune hanno una vocazione di area turistica vasta Bologna-Modena, altre, invece, valorizzano le specificità che caratterizzano gli ambiti bolognese e modenese.

Il Programma individua quindi le azioni di promo-commercializzazione, da sviluppare con le risorse individuate in percentuali di budget previsionale a carico, rispettivamente, della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena; ogni azione indica l'obiettivo perseguito.

## **1.4. Il Progetto per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo alle annualità 2026-2027**

### **1.4.1 Quadro di riferimento: Analisi del contesto - Dinamiche del comparto turistico - Tendenze - Temi trasversali - Gruppi di lavoro**

Il Territorio Turistico Bologna-Modena durante il 2024 ha registrato un incremento degli arrivi del 7% rispetto al 2023, confermando il trend positivo di crescita.

La stessa tendenza emerge anche nei pernottamenti: nel 2024 le presenze registrano un +11% rispetto al 2023, a conferma non solo di una crescita complessiva, ma anche di soggiorni mediamente più lunghi.

Il I semestre 2024 del Territorio Turistico Bologna - Modena segna un incremento dell'8% rispetto al 2024, una crescita che interessa quasi in egual maniera sia Città metropolitana di Bologna che la Provincia di Modena che cresce del 10%. Nei pernottamenti, il I semestre 2025 delinea un incremento positivo rispetto all'anno precedente a conferma di un aumento generale del numero delle notti trascorse sul territorio. Il I semestre 2025 registra una crescita omogenea su tutto il territorio della Città metropolitana di Bologna con una variazione positiva per l'Area metropolitana, ovvero per il territorio della Città metropolitana al netto del Comune di Bologna, (+9% sul 2024) di poco superiore a quella del Capoluogo (+7% sul 2024). Anche per i pernottamenti, il I semestre 2025 registra risultati positivi e omogenei sia per il territorio della Città metropolitana al netto del Comune di Bologna che per il Capoluogo (+9% sul 2024). Con riferimento alla Provincia di Modena il I semestre 2025 registra un trend di arrivi positivo con una crescita omogenea tra capoluogo e territorio provinciale. Si nota una buona performance nel mese di maggio. Gli arrivi nel capoluogo rappresentano il 43% degli arrivi totali nella provincia di Modena.

Il I semestre 2025 registra risultati positivi con una crescita delle presenze rispetto al 2024 del 7,5% per la Provincia di Modena complessivamente. Il capoluogo cresce dell'11,3% e il territorio provinciale esclusa Modena del 5%. Le curve sono sovrapponibili con una significativa performance del mese di maggio e di giugno. Si nota che la distribuzione dei flussi dei pernottamenti tra Capoluogo e resto del territorio provinciale consiste in un 39% su Modena, 61% su provincia.

Alla luce dei dati, l'approccio differenziato alle strategie di promozione per ambiti territoriali, adottato nel programma 2025, ha posto le basi di un processo di uniformazione dei livelli di sviluppo turistico, che caratterizzano le diverse aree di cui si compone il Territorio Turistico Bologna-Modena.

I dati analizzati confermano l'opportunità di sviluppare tale approccio anche nell'ambito del PPCT 2026, in un'ottica di rafforzamento del Territorio Turistico Bologna - Modena come destinazione turistica unitaria.

Per ciò che attiene al territorio bolognese, si prevede un focus sull'organizzazione della destinazione e qualità dell'accoglienza nel Capoluogo e azioni di promo-commercializzazione mirate in area metropolitana.

La crescita nel territorio modenese pur condividendo mercati e target analoghi a quelli di Bologna, evidenzia dinamiche differenti. Il Comune di Modena registra circa il 40% degli arrivi totali nella provincia e il restante flusso turistico in pianura e pedecollina è distribuito in modo relativamente omogeneo, essendo frutto anche di un dialogo sistemico tra Modena e territorio.

In questa fase dello sviluppo occorre continuare a lavorare per costruire, come detto, una immagine turistica forte di Modena in senso di brand che rappresenti tutto il territorio, con un approccio strategico che punti a comunicare e promuovere l'intero territorio modenese come una destinazione unica, capace di offrire esperienze diversificate, da un lato valorizzando i soggiorni nei weekend, in

particolare per il mercato italiano, quando l'occupazione è inferiore rispetto ai giorni infrasettimanali sostenuti anche dal turismo d'affari e a stimolare una distribuzione degli eventi, inclusi meeting e congressi, quando compatibile, anche nei mesi invernali per rinforzare la destagionalizzazione.

Il contesto dell'Appennino modenese, presenta dinamiche e stagionalità specifiche che richiedono strategie ulteriormente specializzate. Qui, le attività di promo-commercializzazione dovranno concentrarsi sulla promozione del turismo attivo e sostenibile, puntando a far diventare l'Appennino una destinazione turistica per tutte le stagioni. L'obiettivo sarà quello di superare le limitazioni imposte dalla stagionalità, trasformando l'area in una meta appetibile per un turismo che duri tutto l'anno, sfruttando non solo l'offerta naturale e paesaggistica, ma anche eventi culturali e sportivi che possano attrarre un pubblico diversificato.

I principali temi trasversali che interessano il Territorio Turistico Bologna-Modena, individuati a integrazione delle linee di prodotto proprie dei singoli ambiti territoriali, sono:

- **Cultura** - Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto, in particolare, del Patrimonio Culturale Materiale (i Portici di Bologna, il complesso monumentale costituito dalla Cattedrale, dalla Torre Civica e dalla Piazza Grande di Modena) e Immateriale (le Media arts per Modena e la musica per Bologna) dell'UNESCO, così come dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama musicale (Lucio Dalla e Luciano Pavarotti), artistico (Giorgio Morandi e Guercino); «ambasciatori» che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione. Su questo tema trasversale insiste la rassegna *Alla scoperta di ville e castelli tra Bologna e Modena*: un'occasione per immergersi nella storia, nell'arte e nelle bellezze architettoniche dell'area bolognese e dal 2025 anche del territorio modenese.

- **Food&Wine** - Visite alle aziende, alle aree di produzioni tipiche, ai musei del gusto con degustazioni, ma anche scuole di cucina, show-cooking e incontri professionali, che valorizzino la destinazione attraverso la cultura enogastronomica profondamente radicata nel territorio con le sue tradizioni e saperi; in seguito all'esperienza maturata con la rassegna Weekend del gusto nelle edizioni 2023, 2024 e 2025, per il 2026 si ritiene opportuno consolidare e strutturare ulteriormente l'offerta enogastronomica dei due territori. Le esperienze sviluppate e testate grazie alla rassegna e ulteriori attività potranno essere integrate e messe a sistema in un'offerta condivisa e coordinata, disponibile e fruibile 365 giorni l'anno, così da garantire continuità, visibilità e maggiore accessibilità al pubblico stabilmente.

- **Outdoor Active&Slow** - Bike experience su tracciati percorribili in bicicletta e su infrastrutture ciclistiche che vedono un superamento dei confini amministrativi sia di portata regionale (Ciclovía del Reno) che interregionale (Ciclovía del Sole);

Trekking su cammini di grande successo (Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Vandelli) e su percorsi turisticamente meno battuti e in via di sviluppo. Opportunità offerte dai comprensori del Cimone e del Corno alle Scale e, più in generale, dall'area appenninica, affinché il territorio diventi una destinazione in grado di attrarre turisti 365 giorni l'anno;

- **Special Interest** - Visite ai luoghi dei motori e a quelli in cui personaggi noti e amati, non solo a livello nazionale, sono nati e vissuti, come Enzo Ferrari, o a cui sono stati particolarmente legati, come Ayrton Senna, posizionando la destinazione in modo distintivo rispetto al target di riferimento; valorizzazione degli autodromi (Imola e Marzaglia) in chiave turistica; soggiorni tecnici, incentive e team building, al fine di stimolare la commistione tra attività di stampo leisure e business nell'ambito dell'offerta rivolta al segmento MICE; manifestazioni ed eventi dedicati.

L'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta è demandata all'attività coordinata delle DMO territoriali, che operano quotidianamente in modo sinergico.

I gruppi di lavoro costituiscono l'opportunità di un coinvolgimento operativo dei partecipanti privati al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

#### **1.4.2. Linee di prodotto identificate**

Di seguito vengono elencate le linee di prodotto identificate (paragrafo 1.5 del Programma di Promo-commercializzazione) in relazione alle quali il presente progetto si pone l'obiettivo primario di continuare sul percorso di messa a sistema, attraverso un processo di coinvolgimento della filiera di costruzione dell'offerta e del territorio, da declinarsi dalla pianura all'Appennino con offerte diversificate per target e mercati, ponendo particolare attenzione su quelle che distinguono il territorio:

##### **- City Break;**

Soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio;  
Esperienze calendarizzate e fruibili a raccolta con prenotazione online;  
Potenziamento immagine e offerte Patrimonio Unesco.

##### **- Cultura:**

Castelli e borghi nel Territorio Turistico Bologna-Modena;  
Itinerari legati al Romanico / Medioevo;  
Itinerari legati al Rinascimento, anche sovra territoriali;  
Ducato Estense - con itinerari anche sovra territoriali (Reggio Emilia/Ferrara);  
Musica/Opera/Luciano Pavarotti/Jazz;  
Produzioni tematiche e artigianato artistico;  
Cineturismo;  
Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione.

##### **- Outdoor Active&Slow:**

###### Cicloturismo a livello sovra-provinciale

Tracciati che caratterizzano il Territorio Turistico Bologna-Modena, come la Ciclovía del Sole;  
Tracciati che raggiungono aree limitrofe, come Ferrara e Ravenna. Percorsi sull'Appennino Tosco-Emiliano.

###### Cicloturismo in ambito provinciale

Itinerari in bicicletta fruibili da diverse tipologie di target e che comprendano le varie aree del territorio;

Attività mirate a promozione di percorsi strategici in corso di introduzione come la variante panoramica Ciclovía del Sole verso Modena e la nuova Ciclovía del Mito Modena-Maranello

Itinerari Pedalare-Camminare e altri in via di codifica.

Favorire interoperabilità e attivazione di esperienze lungo i percorsi.

###### Cammini

Accompagnare e favorire lo sviluppo e promozione dei cammini presenti sul territorio: Via Vandelli, Via Romea

Nonantolana, Via Romea Germanica Imperiale, Romea Strata, Via Bibulca, Cammino dell'Unione, Cammino di Santa Giulia.

##### **- Natura e benessere:**

Per il 2026: Offerte da alcune ore a più giorni, rivolte sia a gruppi che a turisti individuali e gruppi, relative al sistema dei parchi, MAB Unesco, soggiorni ed esperienze termali.

Per il 2027: Valorizzazione integrata delle risorse e dei servizi dedicati alla fruizione naturalistica, con proposte da poche ore a più giorni, rivolte sia a turisti individuali sia a gruppi organizzati, relative al sistema dei parchi, delle acque, delle riserve, delle oasi, dell'area MAB Unesco e di altre aree espressione del patrimonio ambientale e paesaggistico del territorio, soggiorni ed esperienze termali per benessere e salute.

Valorizzazione di attività ed esperienze per famiglie;

Natura/appennino verde: attività estive e autunnali (foliage), primavera in crescita: escursioni;

Proposte per incentive e team building in appennino. Proposte rivolte ad aziende di piccole, medie dimensioni

#### **- Food&Wine:**

Esperienze con durata variabile da una sosta di poche ore durante un viaggio verso altre mete, a tour di una settimana;

Visite a realtà produttive del territorio – acetaie, caseifici, prosciuttifici, cantine – affiancate da musei del gusto, degustazioni guidate, corsi di cucina, incontri professionali.

Percorsi sensoriali ed esperienziali nei luoghi di produzione, diffusi in tutta la provincia, abbinamento anche ad altri temi: cene in vigna, tra campi di lavanda, uliveti, acetaie e aziende agricole, visite teatralizzate, abbinamenti a luoghi d'arte e storia. Per il 2027: Esperienze trasversali in combinazione con i prodotti del territorio come la vinoterapia termale e simili.

Tali iniziative possono essere presentate anche sotto forma di rassegne o calendari condivisi, in collaborazione con ristoratori, catering e imprese agricole locali.

Focus sul promuovere e costruire una programmazione regolare di visite e degustazioni, così da rafforzare la continuità dell'offerta e renderla facilmente accessibile durante tutto l'anno.

Creazione di proposte dedicate al settore MICE legate all'enogastronomia come team building e serate tematiche.

Valorizzazione dell'autunno in collina e Appennino, con un focus su sagre e sul fascino evocativo del foliage, capace di attrarre un pubblico in cerca di suggestioni stagionali autentiche.

#### **- Special interest – Motori:**

Consolidamento della collaborazione con i brand territoriali e i luoghi dei motori per continuare a promuovere le esperienze nella Motor Valley in modo sinergico e coordinato. Oltre alle proposte che già raccolgono risultati molto importanti come le visite ai luoghi dei motori (fabbriche, musei, collezioni private, artigiani della filiera automotive) per individuali e gruppi, B2B e B2C, si ritiene che ci siano ancora potenzialità importanti da esprimere sui soggiorni tecnici di formazione per università, master, centri professionali per i quali la domanda sta aumentando e che necessitano proposte mirate.

Da continuare a promuovere energicamente gli eventi all'interno dei luoghi dei motori, proposte per incentive e team building in pista, tour con auto d'epoca, mototurismo (anche appennino) e proposte abbinate ai grandi eventi (Motor Valley fest, Modena 100 ore, Italian Motor week, Concours d'elegance Salvarola Terme, passaggio in regione della 1000 miglia)

#### **- Sport:**

Pianura: Modena come sede per ospitare eventi, tornei, competizioni internazionali grazie alla ricca offerta di impianti sportivi e alla rete di associazioni sportive del territorio;

Appennino: proposte per Camp sportivi, eventi sportivi, settimane bianche per gruppi, ASD, scuole, team building;

Appennino bianco: soggiorni neve da 1 giorno a 1 settimana, offerte comprensive di skipass e agevolazioni. Non solo sci: ciaspolate e altre attività sulla neve.

#### **- MICE:**

Linea di prodotto da potenziare nel 2026 e continuare a potenziare nel 2027.



È un territorio che ospita molte aziende appartenenti a settori industriali diversi, un'importante università catalizzatrice di molti congressi, brand e prodotti evocativi e riconducibili ad una altissima qualità (Ferrari, Maserati, Pavarotti, Balsamico) e di richiamo per potenziali organizzatori.

Sul territorio sono inoltre presenti numerosi luoghi che possono ospitare congressi e meeting di diverse dimensioni.

Uno dei prodotti sul quale puntare sarà anche il “congresso diffuso” e sostenibile che possa coinvolgere non solo classiche location per congressi ed eventi ma anche borghi, castelli, luoghi dei motori per poter rafforzare anche l'effetto promozionale insito nell'evento stesso.

**Matrice mercati target - linee di prodotto** (punto 1.6 del Programma):

**Mercato nazionale**

**Prodotti:** Sport; Outdoor Active&Slow (trekking, biking, vacanza attiva, terme e benessere); Special Interest-Motori, Food&Wine, Cultura, Special Interest-Musica, City break

**Mercati internazionali di corto raggio**

Germania, Regno Unito, Spagna, Francia, Paesi Scandinavi, Polonia, Paesi Bassi e Svizzera

**Prodotti:** City Break; Outdoor Active&Slow (trekking, biking, vacanza attiva, terme e benessere); Special Interest-Motori; Food&Wine; Cultura, Sport, Special Interest-Musica, MICE

**Mercati internazionali di medio-lungo raggio**

USA, Cina, Brasile, Emirati Arabi, nel 2027 anche Giappone

**Prodotti:** Cultura; Food&Wine; Special Interest - Motori; Special Interest - Musica; MICE; Luxury

### 1.4.3 Azioni di promo-commercializzazione

Le azioni sono suddivise in 4 macroaree caratterizzate da obiettivi omogenei:

- azioni relative alla comunicazione, volte a veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C, a creare elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena, ad aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale;

- azioni relative a ecosistema digitale e promozione, volte a far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori, a costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile, a favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale;

- azioni relative alla promo-commercializzazione in senso stretto, volte a mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti, a creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale, a incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e stagionalizzazione, a far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi (fam-trip), a raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni.

Le attività previste di diretta competenza della Provincia di Modena, al fine della messa a sistema delle linee di prodotto identificate in relazione ai mercati di riferimento, di cui sopra, sono elencate di seguito:

COMUNICAZIONE (paragrafo 2.6 e ss del Programma)

- Identità visiva e supporti di comunicazione: Veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C. Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena

- Press, creator e influenzatori: Aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale

#### ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE (paragrafo 2.7 e ss del Programma)

- Siti web, canali social, newsletter: Far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori
- E-commerce: Costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile
- Campagne promozionali: Favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale

#### PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE (paragrafo 2.8 e ss del Programma)

- Sviluppo prodotti: Mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti
- Eventi di settore: Creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale
- Supporto agli organizzatori di eventi del territorio: incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione
- Fam trip: Far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi
- Azioni promo-commerciali turismo sportivo-outdoor: raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni.

#### 1.4.4 Budget 2026

Il budget del progetto tiene conto dei costi indicati nel Programma di promo-commercializzazione, strutturato per attività e mercati, in una logica progettuale sviluppata ad un primo livello tramite interventi trasversali e che interessano l'intero territorio di area vasta del Programma, declinati in un secondo livello da attività mirate e volte a valorizzare aree di prodotto turistico che interessano direttamente specifici ambiti locali (con esclusione delle attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, in relazione alle quali è prevista la voce Spese Generali).

Ferma restando la priorità nell'allocazione delle risorse, le azioni potranno essere rimodulate alla luce delle effettive risorse disponibili al loro sviluppo.

Gli importi delle singole attività previste dal presente progetto con riferimento all'annualità 2026, comprensivi di IVA, sono di seguito elencati:

<b>ATTIVITÀ 2026</b>	<b>Totale</b>	<b>Nazionale</b>	<b>Internazionale</b>
<b>COMUNICAZIONE</b>			
- identità visiva e supporti di comunicazione	€ 18.000,00		
- press, creator e influenzatori	€ 50.000,00		
<b>Totale comunicazione</b>	<b>€ 68.000,00</b>	<b>€ 35.000,00</b>	<b>€ 33.000,00</b>

<b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>			
- siti web, canali social, newsletter	€ 20.000,00		
- e-commerce	€ 12.800,00		
- campagna promozionali	€ 95.000,00		
<b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b>	<b>€ 127.800,00</b>	<b>€ 115.000,00</b>	<b>€ 12.800,00</b>
<b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>			
- sviluppo prodotti	€ 15.000,00		
- eventi di settore	€ 115.000,00		
- fam trip	€ 40.000,00		
- supporto eventi del territorio	€ 27.704,12		
direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00		
<b>Totale promo-commercializzazione</b>	<b>€ 212.704,12</b>	<b>€ 50.000,00</b>	<b>€ 162.704,12</b>
<b>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO 2026</b>	<b>€ 408.504,12</b>	<b>€ 200.000,00</b>	<b>€ 208.504,12</b>
<b>INCENTIVI (1,94%)</b>	<b>€ 6.495,88</b>	<b>€ 6.495,88</b>	
<b>TOTALE QUADRO ECONOMICO AP-PALTO annualità 2026</b>	<b>€ 415.000,00</b>		
Altre spese generali	€ 25.000,00	€ 25.000,00	€ 0,00
totale spese generali	€ 31.495,88	€ 31.495,88	
<b>TOTALE progetto di attuazione PPCT 2026</b>	<b>€ 440.000,00</b>	<b>€ 231.495,88</b>	<b>€ 208.504,12</b>

<b>ATTIVITÀ 2026</b>	<b>Totale</b>	<b>Territorio provinciale</b>	<b>Area vasta Bologna-Modena</b>
<b>COMUNICAZIONE</b>			
- identità visiva e supporti di comunicazione	€ 18.000,00		
- press, creator e influenzatori	€ 50.000,00		
<b>Totale comunicazione</b>	<b>€ 68.000,00</b>	<b>€ 60.000,00</b>	<b>€ 8.000,00</b>

<b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>			
- siti web, canali social, newsletter	€ 20.000,00		
- e-commerce	€ 12.800,00		
- campagna promozionali	€ 95.000,00		
<b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b>	<b>€ 127.800,00</b>	<b>€ 115.000,00</b>	<b>€ 12.800,00</b>
<b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>			
- sviluppo prodotti	€ 15.000,00		
- eventi di settore	€ 115.000,00		
- fam trip	€ 40.000,00		
- supporto eventi del territorio	€ 27.704,12		
direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00		
<b>Totale promo-commercializzazione</b>	<b>€ 212.704,12</b>	<b>€ 150.000,00</b>	<b>€ 62.704,12</b>
<b>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO 2026</b>	<b>€ 408.504,12</b>	<b>€ 325.000,00</b>	<b>€ 83.504,12</b>
<b>INCENTIVI (1,94%)</b>	<b>€ 6.495,88</b>	<b>€ 6.495,88</b>	
<b>TOTALE QUADRO ECONOMICO AP-PALTO annualità 2026</b>	<b>€ 415.000,00</b>		
Altre spese generali	€ 25.000,00	€ 22.000,00	€ 3.000,00
<b>totale spese generali</b>	<b>€ 31.495,88</b>	<b>€ 28.495,88</b>	
<b>TOTALE progetto di attuazione PPCT 2026</b>	<b>€ 440.000,00</b>	<b>€ 353.495,88</b>	<b>€ 86.504,12</b>

#### 1.4.5 Budget 2027

Il budget del progetto tiene conto dei costi indicati nel Programma di promo-commercializzazione, strutturato per attività e mercati, in una logica progettuale sviluppata ad un primo livello tramite interventi trasversali e che interessano l'intero territorio di area vasta del Programma, declinati in un secondo livello da attività mirate e volte a valorizzare aree di prodotto turistico che interessano direttamente specifici ambiti locali (con esclusione delle attività amministrative trasversali di gestione,

cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, in relazione alle quali è prevista la voce Spese Generali).

Ferma restando la priorità nell'allocazione delle risorse, le azioni potranno essere rimodulate alla luce delle effettive risorse disponibili al loro sviluppo.

Gli importi delle singole attività previste dal presente progetto con riferimento all'annualità 2027, comprensivi di IVA, sono di seguito elencati:

<b>ATTIVITÀ 2027</b>	<b>Totale</b>	<b>Nazionale</b>	<b>Internazionale</b>
<b>COMUNICAZIONE</b>			
- identità visiva e supporti di comunicazione	€ 18.000,00		
- press, creator e influenzatori	€ 50.000,00		
<b>Totale comunicazione</b>	<b>€ 68.000,00</b>	<b>€ 35.000,00</b>	<b>€ 33.000,00</b>
<b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>			
- siti web, canali social, newsletter	€ 20.000,00		
- e-commerce	€ 12.800,00		
- campagna promozionali	€ 95.000,00		
<b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b>	<b>€ 127.800,00</b>	<b>€ 115.000,00</b>	<b>€ 12.800,00</b>
<b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>			
- sviluppo prodotti	€ 15.000,00		
- eventi di settore	€ 115.000,00		
- fam trip	€ 40.000,00		
- supporto eventi del territorio	€ 27.704,12		
direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00		
<b>Totale promo-commercializzazione</b>	<b>€ 212.704,12</b>	<b>€ 50.000,00</b>	<b>€ 162.704,12</b>
<b>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO 2027</b>	<b>€ 408.504,12</b>	<b>€ 200.000,00</b>	<b>€ 208.504,12</b>
<b>INCENTIVI (1,94%)</b>	<b>€ 6.495,88</b>	<b>€ 6.495,88</b>	

<b>TOTALE QUADRO ECONOMICO AP-PALTO annualità 2027</b>	<b>€ 415.000,00</b>		
Altre spese generali	€ 25.000,00	€ 25.000,00	€ 0,00
totale spese generali	€ 31.495,88	€ 31.495,88	
<b>TOTALE progetto di attuazione PPCT 2027</b>	<b>€ 440.000,00</b>	<b>€ 231.495,88</b>	<b>€ 208.504,12</b>

<b>ATTIVITÀ 2027</b>	<b>Totale</b>	<b>Territorio provinciale</b>	<b>Area vasta Bologna-Modena</b>
<b>COMUNICAZIONE</b>			
- identità visiva e supporti di comunicazione	€ 18.000,00		
- press, creator e influenzatori	€ 50.000,00		
<b>Totale comunicazione</b>	<b>€ 68.000,00</b>	<b>€ 60.000,00</b>	<b>€ 8.000,00</b>
<b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>			
- siti web, canali social, newsletter	€ 20.000,00		
- e-commerce	€ 12.800,00		
- campagna promozionali	€ 95.000,00		
<b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b>	<b>€ 127.800,00</b>	<b>€ 115.000,00</b>	<b>€ 12.800,00</b>
<b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>			
- sviluppo prodotti	€ 15.000,00		
- eventi di settore	€ 115.000,00		
- fam trip	€ 40.000,00		
- supporto eventi del territorio	€ 27.704,12		
direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00		
<b>Totale promo-commercializzazione</b>	<b>€ 212.704,12</b>	<b>€ 150.000,00</b>	<b>€ 62.704,12</b>
<b>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO 2027</b>	<b>€ 408.504,12</b>	<b>€ 325.000,00</b>	<b>€ 83.504,12</b>
<b>INCENTIVI (1,94%)</b>	<b>€ 6.495,88</b>	<b>€ 6.495,88</b>	

<b>TOTALE QUADRO ECONOMICO AP- PALTO annualità 2027</b>	<b>€ 415.000,00</b>		
Altre spese generali	€ 25.000,00	€ 22.000,00	€ 3.000,00
<b>totale spese generali</b>	<b>€ 31.495,88</b>	<b>€ 28.495,88</b>	
<b>TOTALE progetto di attuazione PPCT 2027</b>	<b>€ 440.000,00</b>	<b>€ 353.495,88</b>	<b>€ 86.504,12</b>

## 1.5 - Obiettivi del servizio

La realizzazione delle suddette attività richiede che anche il versante modenese del Territorio Turistico Bologna - Modena in oggetto sia dotato di una funzione di Destination Management Organization (DMO) a sostegno della crescita, della qualificazione e della promozione dell'offerta del sistema turistico.

La Provincia di Modena intende affidare ad un partner specializzato le attività di promocommercializzazione previste dal presente progetto per l'attuazione del Programma di promocommercializzazione descritte al punto 1.4.

L'impresa assegnataria del servizio dovrà pertanto svolgere la funzione di Destination Management Organization (DMO) per la promozione del sistema turistico nell'area della Provincia di Modena.

Le attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, non rientrano nel servizio oggetto dell'appalto.

All'impresa assegnataria è richiesta la capacità di valorizzare i fattori di competitività che distinguono la destinazione turistica rappresentata dal territorio, sia nella fase di organizzazione e configurazione del prodotto, sia nella fase di promozione e offerta sui mercati.

La strategia individuata dal progetto per l'attuazione del Programma nell'attuale congiuntura economica del settore è improntata a sostenere il processo di ripresa, consolidando un'offerta organizzata, accogliente e focalizzata sulla generazione di prodotti ed esperienze configurati in rapporto alle nuove tendenze del mercato. In particolare, l'obiettivo di rassicurare e generare fiducia nel visitatore rappresenta uno dei fattori chiave della strategia complessiva; pertanto assume importanza crescente la capacità di utilizzare e sviluppare in modo performante i sistemi digitali innovativi ed un coinvolgimento sempre più ampio degli operatori nell'ecosistema digitale delle DMO territoriali.

La realizzazione delle attività, nell'espletamento della funzione di DMO territoriale, dovrà attenersi strettamente alle modalità di intervento riportate nel Programma e quindi in costante e diretta collaborazione con la corrispettiva DMO operante nel versante bolognese del Territorio Turistico Bologna-Modena.

L'impresa dovrà assumere altresì il compito di coordinare efficacemente il sistema degli operatori del turismo e dei comparti ad esso connessi (commercio, artigianato, pubblici esercizi, etc.), orientandolo verso gli obiettivi definiti e svolgendo funzioni di marketing e management del sistema turistico in termini di attrazione dei visitatori ed accrescimento della competitività.

L'azione della DMO territoriale per il cui svolgimento si intende affidare il servizio è inserita nell'assetto organizzativo del Territorio Turistico Bologna-Modena, descritto nella Premessa del Programma.

La DMO incaricata dovrà tenere conto degli orientamenti e delle indicazioni adottate dalla Governance del Territorio Turistico Bologna-Modena, e quindi interagire ove necessario con i rispettivi organismi (vd. Premessa del Programma).

## **2. ONERI DI SICUREZZA**

In riferimento alla tipologia del sistema di servizi da appaltare, si precisa che gli oneri di sicurezza sono pari a zero, considerato che il servizio posto a gara ha ad oggetto prevalentemente prestazioni di natura intellettuale, come da relazione di determinazione dell'importo a base di gara.

## **3. CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO RICHIESTO**

### **3.1. Imprese ammesse a partecipare al bando di selezione – Requisiti generali**

Sono ammessi a partecipare alla gara gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri, sia in forma singola che associata, secondo le disposizioni Codice, purché in possesso dei requisiti prescritti dal disciplinare di gara.

### **3.2 Requisiti di ordine speciale**

Per partecipare alla gara, i concorrenti devono essere in possesso dei seguenti requisiti:

#### **3.2.1. Requisiti di idoneità professionale**

- Iscrizione nel Registro delle Imprese oppure nell'Albo delle Imprese artigiane per attività pertinenti con quelle oggetto della presente procedura di gara;
- detenere apposita autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di viaggio.

#### **3.2.2. Requisiti di capacità economica e finanziaria**

- avere realizzato un fatturato globale nel settore di attività oggetto dell'appalto, riferito ai migliori tre anni negli ultimi cinque anni precedenti a quello di indizione della procedura, non inferiore a € 1.600.000,00 IVA esclusa;
- avere copertura assicurativa in corso di validità contro i rischi professionali di importo pari ad almeno € 3.000.000,00 o eventuale impegno ad adeguare il valore della polizza nel caso in cui il valore attuale fosse inferiore al valore dell'appalto;

#### **3.2.2. Requisiti di capacità tecnica e professionale**

a) L'operatore deve mettere a disposizione del servizio oggetto dell'appalto una dotazione di personale composta come segue:

a.1) almeno 1 dipendente/collaboratore deve possedere i seguenti requisiti:



- avere l'abilitazione all'esercizio dell'attività di direttore tecnico di agenzia di viaggio e di turismo, in base della normativa vigente (Decreto Ministeriale 1432/2021 e relativi atti attuativi);

- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera;

a.2) almeno 1 ulteriore dipendente/collaboratore deve possedere il seguente requisito:

- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera;

### **3.2.3. Requisiti di esecuzione**

- sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (inteso come area territoriale corrispondente al territorio della Provincia di Modena), come risultante da visura camerale; in alternativa, l'impegno in sede di presentazione dell'offerta di dotarsi di almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (inteso come sopra), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto.

## **3.3 Obblighi contrattuali - Offerta tecnica**

L'aggiudicatario dovrà:

- eseguire il progetto per l'attuazione del Programma annuale di promo-commercializzazione turistica 2026-2027 di cui al punto 1.4, allegato al presente quale parte integrante, con riferimento alle attività indicate al medesimo punto 1.4 ed agli obiettivi descritti al precedente punto 1.5 del presente documento;

- prendere in carico e sviluppare a propria cura e spesa la landing page del Territorio Turistico;

- svolgere l'analisi dei dati ed effettuare il monitoraggio a supporto della gestione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena 2026-2027;

· fornire supporto agli uffici della Provincia nella predisposizione del Programma di promo-commercializzazione turistica per il triennio 2028-2030 da parte degli stessi, secondo la metodologia e l'iter previsti dalla normativa regionale in vigore ed in accordo con le indicazioni degli organismi del Territorio turistico Bologna-Modena e della Provincia di Modena, svolgendo l'analisi del contesto e predisponendo il quadro di riferimento sulla base delle indicazioni dell'ente su linee di prodotto identificate e mercati target, ai fini dell'individuazione, da parte dell'ente, delle azioni di promo-commercializzazione;

· relazionare all'Ente sullo svolgimento delle attività nei termini di cui al successivo punto 3.5 e comunque dietro richiesta dell'Ente medesimo, partecipando agli incontri, interni e/o con i rappresentanti dei territori, che l'Ente intenda organizzare ed in cui richieda la presenza dell'aggiudicatario.

Tali prestazioni dovranno essere rese anche tramite la previsione di strategie e di azioni per lo sviluppo di nuove opportunità di mercato, da definire e realizzarsi in sintonia con il Programma annuale di

promo-commercializzazione turistica 2026-2027 e con la pianificazione che si andrà a sviluppare per gli anni successivi.

In particolare si richiama la previsione di cui alla DGR n. 786/2017 e ss. mm. e ii. in forza della quale, poiché il Programma si rivolge sia al mercato italiano che al mercato estero, la spesa complessiva (vale a dire l'importo delle singole azioni, cui va ad aggiungersi l'importo delle spese generali sostenute dall'amministrazione) dovrà essere suddivisa per le rispettive quote e la quota per il mercato italiano dovrà essere maggiore rispetto a quella per il mercato estero.

Ai sensi della normativa regionale tutto il materiale di comunicazione realizzato con il contributo di risorse regionali, al fine di dare uniformità e omogeneità alle strategie di marketing, vanno riportati i loghi che contraddistinguono le campagne promozionali di APT Servizi s.r.l., con particolare riferimento al logo turistico regionale #inemiliaromagna oltre naturalmente a quello specifico del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Tutte le azioni sui mercati esteri devono essere concordate con APT Servizi s.r.l. a cui la legge assegna la titolarità di azione in ambito internazionale, al fine di evitare disallineamenti strategici e di ottimizzare le risorse e accrescere la capacità di penetrazione.

L'offerta tecnica deve contenere, a pena di esclusione, i seguenti documenti:

a) Relazione tecnica delle attività di promo-commercializzazione che si intende realizzare per l'attuazione del Programma di cui al punto 1.4. del progetto, **comprensiva di crono-programma** riferito all'annualità 2026 ed all'annualità 2027, con le caratteristiche stabilite nel disciplinare di gara.

In particolare, la relazione contiene una proposta tecnico-organizzativa che individui nei dettagli le azioni di promo-commercializzazione nell'area territoriale di riferimento, in coerenza con gli obiettivi e le azioni previste dal PPCT 2026-2027 ed illustri con riferimento alle azioni previste dal progetto le modalità di attuazione, evidenziando i seguenti elementi con riferimento ai criteri e sub-criteri di valutazione indicati nella tabella di cui al Disciplinare di gara:

#### CURRICULUM AZIENDALE

- elementi di esperienza pregressa di almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna;
- collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento;
- collaborazioni pregresse con Enit s.p.a., APT Servizi s.r.l. e/o soggetti analoghi regionali;
- realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti regionali e/o statali;
- caratteristiche della struttura operativa adibita all'attuazione del servizio in appalto, in termini di organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale;

#### EFFICACIA DELLE AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE

- con riferimento a ciascuna azione di promo-commercializzazione prevista dal PPCT nelle due annualità, punti di forza delle strategie e delle modalità di attuazione delle azioni rispetto a risorse e prodotti, target e mercati di riferimento;

#### - COINVOLGIMENTO DEL SISTEMA TERRITORIALE E DEGLI ATTRATTORI

- in relazione alla tipologia di azioni proposte dall'operatore, elementi di efficacia delle strategie di coordinamento e coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale (operatori del turismo e comparti ad esso connessi) e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze) e capacità dell'operatore di costruire ed alimentare una rete di collaborazioni efficiente;

#### APPROCCIO DIFFERENZIATO AL TERRITORIO

- livello di specializzazione e diversificazione delle azioni di promo-commercializzazione nei differenti contesti del territorio (Comune di Modena e pianura/collina; territorio provinciale/Appennino);

#### SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA

- elementi strategico operativo e azioni finalizzate a sviluppare i temi trasversali del Territorio Bologna Modena (Cultura, Food&wine e Outdoor Active&Slow, Motori);

### 3.4 Offerta economica

Sulla base delle risultanze della relazione di determinazione dell'importo a base di gara, allegata quale parte integrante del presente atto, il quadro economico del progetto è composto come segue:

- **- importo totale (presso fisso) per l'intera durata dell'affidamento = € 669.678,88, oltre IVA al 22%**
- - oneri della sicurezza = € 0,00;
- - IVA nella misura del 22% = € 147.329,36
- **Contributo ANAC = € 410,00**
- **Incentivi tecnici (1,94%) € 12.991,76**
- **- Totale = € 830.410,00.**

L'importo complessivo dell'affidamento pari a € 669.678,88, oltre IVA al 22%, pari a € 147.329,36, per un totale di € 817.008,24, è così suddiviso:

- per le attività riferite all'annualità 2026, € 334.839,44, oltre IVA al 22%, pari a € 73.664,68, per un totale di € 408.504,12;

- per le attività riferite all'annualità 2027, € 334.839,44, oltre IVA al 22%, pari a € 73.664,68, per un totale di € 408.504,12.

L'importo di € 410,00 relativo al contributo ANAC è riferito all'annualità 2026.

L'importo di € 12.991,76 per incentivi alle funzioni tecniche di cui all'art. 45 del D.Lgs. 36/2023, computato ai sensi del Regolamento recante norme per la disciplina degli incentivi per le funzioni tecniche di cui all'articolo 45 del decreto legislativo 36/2023 approvato con Atto del Presidente n. 143 del 13/11/2025, è così suddiviso:

- per le attività riferite all'annualità 2026, € 6.495,88;
- per le attività riferite all'annualità 2027, € 6.495,88.

La determinazione a contrattare indica i capitoli nei quali sono previsti gli accertamenti di entrata e le prenotazioni di impegno di spesa connessi alle relative coperture finanziarie sugli stanziamenti presenti nei capitoli del PEG 2026-2028, approvato con Atto del Presidente n. 5 del 14/01/2026, dell'Area Amministrativa della Provincia di Modena per le annualità 2026 e 2027.

Il predetto ammontare trova parziale copertura derivante da cofinanziamento da Enti pubblici terzi: Regione Emilia Romagna pari a complessivi € 746.755,16, di cui € 373.377,58 per l'annualità 2026 e € 373.377,58 per l'annualità 2027, assegnato con atto di approvazione del Programma di promozione e commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena 2026-2027 con DGR n. 134 del 02/02/2026.

### **3.5 Durata del servizio, cronoprogramma, rendicontazione delle attività, modalità di pagamento.**

Il sistema dei servizi oggetto dell'appalto deve essere eseguito entro il 31/12/2027, con la specificazione che le attività relative all'anno 2026 previste dal Programma dovranno concludersi entro il 31/12/2026 e quelle relative all'anno 2027 dovranno svolgersi dall'01/01/2027 al 31/12/2027 in quanto attuazione delle misure e delle azioni previste dal Programma 2026-2027 di cui al punto 1.4.

Lo svolgimento della prestazione dei servizi, suddivisi per annualità 2026 e annualità 2027, secondo le previsioni del Programma, si inserisce pertanto rispettivamente nell'annualità 2026 e nell'annualità 2027.

All'impresa affidataria del servizio è richiesta la rendicontazione delle attività svolte tramite relazione e conto economico consuntivo, contenente i costi corrispondenti ai moduli di attività realizzate, secondo le seguenti disposizioni stabilite in base a quanto previsto dalla DGR n. 786/2017 e ss. mm. e ii. e considerati i termini di rendicontazione della spesa del contributo assegnato dalla Regione Emilia-Romagna alla Provincia di Modena con DGR n. 134 del 02/02/2026:

- relazioni parziali intermedie **entro il 31/07/2026 e entro il 31/10/2026**, per ciò che attiene alle attività relative all'annualità 2026;

-relazione complessiva conclusiva delle attività realizzate in esecuzione del servizio e conto economico consuntivo, **entro e non oltre il 31/01/2027**, riferita all'annualità 2026;

- relazioni parziali intermedie al 31/07/2027 ed al 31/10/2027, per ciò che attiene alle attività relative all'annualità 2027.

-relazione complessiva conclusiva delle attività realizzate in esecuzione del servizio e conto economico consuntivo, **entro e non oltre il 31/01/2028**, riferita all'annualità 2027.

Il compenso sarà liquidato nelle seguenti tranches **a seguito di rendicontazione parziale delle attività**:

a) con riferimento all'importo previsto per le attività relative all'annualità 2026:

- 30% al 31 agosto 2026 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 30% al 30 novembre 2026 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 40% al 28 febbraio 2027 e comunque a seguito di rendicontazione complessiva riferita all'annualità 2026;

b) con riferimento all'importo previsto per le attività relative all'annualità 2027:

- 30% al 31 agosto 2027 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 30% al 30 novembre 2027 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 40% al 28 febbraio 2028 e comunque a seguito di rendicontazione finale.

Si ribadisce il richiamo alla previsione di cui alla DGR n. 786/2017 e ss. mm. e ii. in forza della quale, poiché il Programma si rivolge sia al mercato italiano che al mercato estero, la spesa a rendicontazione dovrà essere suddivisa per le rispettive quote e la quota per il mercato italiano dovrà essere maggiore rispetto a quella per il mercato estero.

#### **4. SUBAPPALTO**

Il concorrente indica le prestazioni che intende subappaltare o concedere in cottimo. In caso di mancata indicazione il subappalto è vietato.

Non può essere affidata in subappalto l'integrale esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto. L'affidatario deve eseguire direttamente le seguenti prestazioni: programmazione e pianificazione delle azioni. Ciò in ragione dell'esigenza di garantire il pieno raccordo con le strategie dell'amministrazione.

L'aggiudicatario e il subappaltatore sono responsabili in solido nei confronti della stazione appaltante dell'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto di subappalto.

#### **5. MODIFICA DEL CONTRATTO IN FASE DI ESECUZIONE**

È facoltà della Stazione Appaltante procedere a modifiche sostanziali e/o integrazioni dei contenuti del PPCT, in caso di stanziamento di risorse aggiuntive, ai sensi della DGR n. 786/2017 e ss. mm. e ii. o/e per ragioni connesse alla propria programmazione e alla strategia di valorizzazione del territorio di riferimento in chiave turistica, nonché a rimodulazioni delle azioni di promo-commercializzazione previste dal PPCT, a fronte di fattori che incidano sull'industria turistica, per ottimizzare l'impiego delle risorse a disposizione e massimizzare l'efficacia e l'efficienza delle azioni stesse nell'ambito del più ampio sistema di promo-commercializzazione turistica della destinazione.

Le modifiche dovranno in ogni caso garantire il mantenimento della coerenza con le indicazioni e gli obiettivi prefissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale per il periodo temporale di riferimento, nonché il mantenimento delle caratteristiche di congruità, incisività ed efficacia da parte delle azioni modificate avendo a riferimento il Programma originario, così come approvato dalla Giunta regionale.

Al fine di verificare l'esigenza di apportare eventuali modifiche e/o integrazioni al PPCT, è previsto un monitoraggio costante, e comunque a cadenza non oltre bimestrale, degli scenari di riferimento e

degli effetti delle azioni, per orientare efficacemente l'individuazione e l'adeguamento degli obiettivi relativi a prodotti e mercati target.

L'appaltatore è tenuto ad attuare le nuove previsioni del PPCT alle condizioni originariamente previste.

In ogni caso, qualora in corso di esecuzione si renda necessario un aumento o una diminuzione delle prestazioni fino alla concorrenza del quinto dell'importo del contratto, la stazione appaltante può imporre all'appaltatore l'esecuzione alle condizioni originariamente previste; in tal caso l'appaltatore non può fare valere il diritto alla risoluzione del contratto.

Salva l'applicazione delle previsioni di cui all'art. 120, comma 11, del Codice, la stazione appaltante si riserva, ai sensi del comma 10 del medesimo art. 120 del Codice, la facoltà di proroga del contratto per il periodo di 6 mesi.

## 6. MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEL SERVIZIO

L'appalto sarà affidato mediante procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto all'art. 108, comma 5, del D. Lgs. n. 36/2023, a prezzo fisso e sulla base dei criteri discrezionali indicati di seguito.

In ragione del livello di innovazione e della finalità di massimizzazione della qualità dei servizi da raggiungere in un contesto di elevata complessità, caratterizzato dalla presenza di una molteplicità di attori pubblici e privati e della necessità di un coordinamento al livello di territorio turistico interprovinciale, le caratteristiche tecniche dell'offerta e quindi la qualità della stessa è considerata prevalente rispetto al criterio fondato sull'economicità.

Sulla base di questo quadro l'offerta sarà valutata in relazione:

- alla qualità complessiva del progetto-

Il **punteggio massimo assegnabile** a ciascuna proposta è pari a:

- 100 punti per l'offerta tecnica

Il punteggio dell'offerta tecnica è attribuito sulla base dei criteri di valutazione elencati nella sottostante tabella con la relativa ripartizione dei punteggi.

Nella colonna identificata con la lettera D vengono indicati i "Punteggi discrezionali", vale a dire i punteggi il cui coefficiente è attribuito in ragione dell'esercizio della discrezionalità spettante alla commissione giudicatrice.

**Tabella dei criteri discrezionali (D)-di valutazione dell'offerta tecnica**

N°	CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX		SUB-CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI D MAX
1	CURRICULUM AZIENDALE	30	1.1	La commissione valuterà l'esperienza pregressa da almeno 5 anni nel comparto	10

				della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna con particolare riferimento alle azioni di sviluppo dei prodotti, valorizzando la rete di collaborazioni, i prodotti integrati e il grado di diversificazione dei prodotti medesimi.	
			1.2	La commissione valuterà le collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento	5
			1.3	La commissione valuterà le collaborazioni pregresse con Enit s.p.a., APT Servizi s.r.l. e/o soggetti analoghi regionali	5
			1.4	Verrà valutata la realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti regionali e/o statali	5
			1.5	La commissione valuterà organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale	5
2	EFFICACIA DELLE AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE	35	2	Con riferimento a ciascuna azione di promo-commercializzazione prevista dal PPCT nelle due annualità la commissione valuterà i punti di forza delle strategie e della modalità di attuazione delle azioni rispetto a risorse e prodotti, target e mercati di riferimento	35
3	COINVOLGIMENTO DEL SISTEMA TERRITORIALE E DEGLI ATTRATTORI	25	3	In relazione alla tipologia di azioni proposte dall'operatore, la commissione valuterà l'efficacia delle strategie di coordinamento e coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale (operatori del turismo e	25

				comparti ad esso connessi) e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze) e la capacità dell'operatore di costruire ed alimentare una rete di collaborazioni efficiente	
4	APPROCCIO DIFFERENZIATO AL TERRITORIO	5	4	La Commissione valuterà il livello di specializzazione e diversificazione delle azioni di promo-commercializzazione nei differenti contesti del territorio (Comune di Modena e pianura/collina; territorio provinciale/Appennino)	5
5	SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA	5	5	La commissione valuterà gli elementi strategico operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi i temi trasversali del Territorio Bologna Modena (CULTURA, FOOD&WINE, OUTDOOR ACTIVE & SLOW, MOTORI)	5
Totale		100			

## 7. MODALITÀ DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Il soggetto attuatore dovrà attenersi alle previsioni del progetto di attuazione del PPCT 2026-2027 ed alle Direttive che saranno impartite dal Dirigente e responsabile del progetto, nonché dai funzionari dallo stesso incaricato.

Tutte le attività previste sul sito web [visitmodena.it](http://visitmodena.it) o altro messo a disposizione da parte dell'Ente e i social, pure messi a disposizione da parte dell'Ente, saranno concordate preventivamente e autorizzate dall'Ente proprietario.

## 8. RECESSO

Il recesso dall'incarico, da parte dell'affidatario, nell'esecuzione delle attività richieste e descritte agli dal presente Disciplinare, salvo gravi e giustificati motivi, comporta la perdita del diritto a qualsiasi compenso, salvo l'eventuale rivalsa per la stazione appaltante per i danni provocati.

La stazione appaltante si riserva il diritto di recedere dal contratto in qualsiasi momento della sua durata, senza alcun obbligo risarcitorio e senza preavviso alcuno ex art. 2237 del Codice Civile.



Ai sensi dell'art. 123, comma 1, del D. Lgs n. 36/2023, la Stazione appaltante dovrà corrispondere all'affidatario il valore dei servizi eseguiti, oltre al decimo dell'importo dei servizi non eseguiti, calcolati secondo quanto previsto dall'art.11 dell'Allegato II.14 del citato D.lgs. n. 36/2023.

La disciplina puntuale delle conseguenze del recesso è stabilita nello schema di contratto.

## **9. ALLEGATI**

- All. A - PPCT 2026-2027 approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 35 dell'08/10/2025 e n. 65 del 22/12/2025 e con Atto del Presidente n. 120 dell'08/10/2025 e n. 190 del 18/12/2025, successivamente approvato con delibera della Giunta Regionale n. 134 del 02/02/2026;

- All. B - relazione di determinazione dell'importo a base di gara.